

d.issue

디자인 이슈리포트

March 2020 Vol.41

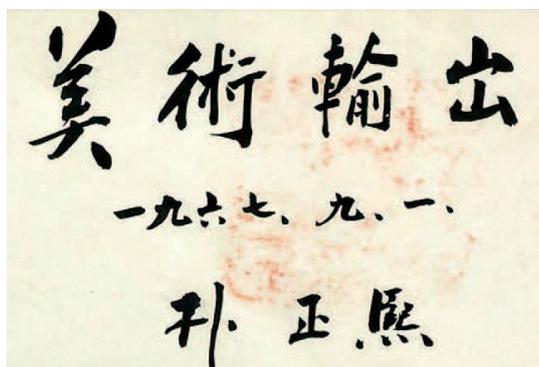
한국디자인진흥원과 한국의 디자인

디자인 이슈리포트 41호는 한국디자인진흥원 50주년사에 수록된 외부필진의 글입니다.

김종균 · 특허청 행정사무관, '한국의 디자인', '디자인전쟁' 저자

디자인·포장 진흥(1970년대)

한국디자인포장센터는 다양한 디자인 진흥사업을 전개해나갔다. 1971년 세계공예협회(WCC), 1972년 세계그래픽디자인단체협의회(ICOGRADA), 1973년 세계산업디자인단체협의회(ICSID)에 가입하였다. 해외 디자인 동향 파악이나 시장조사 등을 통해 수출산업을 지원하였고, 특히 포장재의 디자인 개선을 위해 다양한 사업을 펼쳤으며, 직접 포장지 생산 공장을 운영하여 양질의 포장재료를 공급하기도 했다. 또 기업 경영자와 일반 대중을 대상으로 각종 세미나와 전시회를 개최하고, 전문잡지인 『디자인·포장』을 1970년 11월 창간하였다.



박정희 대통령이 수출디자인센터를 방문해 남긴 휘호 '미술수출'

한편, 한국디자인포장센터는 공모전과 전시사업을 통하여 산업계의 디자인 계몽 활동에 힘썼다. 기존에 대한상공회의소가 주관하던 《상공미전》을 넘겨받아 매해 개최하였으며(1971-), 이와는 별개로 1971년부터 《한국포장대전》(1971-1975·1980·1987·1988)을 개최했다. 《상공미전》이 학계 중심의 콘셉트 제품이 주류였다면, 《한국포장대전》은 기업 중심의 양산품이 주종을 이루었다. 더불어 《코리아팩》(1971·1985·1987), 《서울팩》(1989), 《우수산업디자인전》(1970·1973·1974·1975·1976), 《우수포장비교전》(1973), 《해외포장자료전》(1974), 《이태리 산업디자인전》(1977), 《영국/이태리 산업디자인전》(1979), 《프랑스 산업디자인전》(1988) 등 다양한 전시와 행사를 주관하며 기업과 국민의 디자인 계몽 활동에 힘썼다.

한국디자인포장센터가 설립되던 해인 1970년부터 민간의 디자인 활동도 활발해졌다. 서울대 민철홍 교수 주도로 '한국인더스트리얼디자인협회(KSID: Korea Society of Industrial Designers)'가 창설되어, 전시 위주의 활동을 펼쳤다. 1972년에는 '한국디자이너협의회(KDC)', '한국시각디자인협회(KSVD)' 등이 창립되었다. 1978년에는 '한국디자인학회'가 한국 최초로 창립되는 등 민간의 디자인 진흥과 계몽 활동도 활발해졌다. 이후로도 각 분야의 디자인 협회와 단체가 설립되어 활발한 활동을 전개해 오고 있다. 각 민간단체에 한국디자인포장센터는 직간접적인 지원을 하였다.

디자인과 법(1977)

디자인의 수요가 점차 증대되는 상황에서 한국디자인포장센터의 체계적인 디자인의 육성과 지원을 위해 법적 근거가 필요해졌고, 1977년 정부는 「디자인·포장진흥법」(법률 제3070호)을 제정하였다. 이 법을 통해 그동안 민간 재단법인 형태로 운영되던 한국디자인포장센터를 특별법인으로 전환하여 디자인정책집행기관으로서 위치를 공고히 하는 한편, 정부 재정지원을 통해 다양한 국책사업을 펼치는 것이 가능해졌다.

「디자인·포장 진흥법」의 제1조(목적)에는 “디자인과 포장의 연구 개발 및 진흥을 위한 사업과 활동을 지원 육성함으로써 경제발전과 수출증대에 기여함을 목적으로 한다”라고 명시하였다. 디자인의 범위로는 제2조(정의)에서 “이 법에서 디자인이라 함은 인간의 문화적 생활을 영위함에 필요로 하는 모든 도구의 창조 및 개선행위를 뜻하며 이에 산업 디자인, 공예 디자인, 시각 디자인, 포장디자인 등을 포함한다”라고 규정하였다. 초기 법에서 정한 디자인의 범위는 다소 협소하여 산업과 수출지원을 목적으로 하는 특수한 형태의 법이었다. 당시까지 디자인 진흥을 목적으로 하는 법을 제정한 사례는 세계적으로도 드문 일이었다.¹⁾

이후 수차례 개정을 거치면서, 법 명칭과 지원범위를 넓혀나갔다. 현재 「산업디자인진흥법」의 제1조(목적)는 “이 법은 산업디자인의 연구 및 개발을 촉진하고, 산업디자인을 진흥하기 위한 사업을 지원함으로써 산업의 경쟁력 강화에 이바지함을 목적으로 한다”고 규정하고 있다. ‘포장’이라는 단어와 ‘수출증대’라는 목적이 사라졌다. 제2조(정의)에서는 “이 법에서 ‘산업디자인’이란 제품 및 서비스 등의 미적·기능적·경제적 가치를 최적화함으로써 생산자 및 소비자의 물질적·심리적 욕구를 충족시키기 위한 창작 및 개선 행위와 그 결과물을 말하며, 제품디자인·포장디자인·환경디자인·시각디자인·서비스디자인 등을 포함한다”라고 규정하여 디자인의 범위를 넓혔다.

우수디자인(GD)과 디자인경영(1980-1990년대)

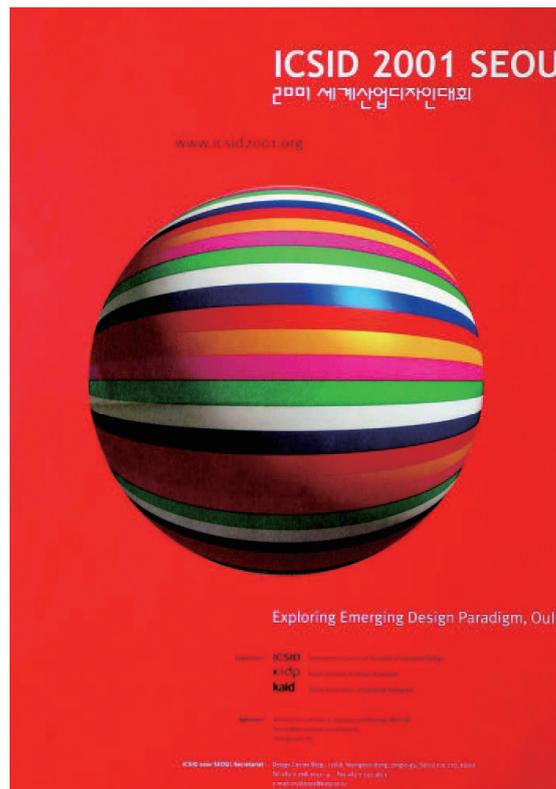
1980년대까지, 개발도상국이었던 한국의 기업은 해외 제품을 모방하거나 OEM으로 생산하는 경우가 많아 부가가치를 높이는 데에 한계가 있었다. 이에 정부는 독자 브랜드와 고유 디자인 개발을 강조했고, 그 연장선에서 1985년부터 ‘굿디자인’ 제도를 시행했다. 디자인이 우수한 공산품에 발급되는 ‘GD(굿디자인)’ 마크는 ‘KS(한국산업표준)’ 마크처럼 일종의 디자인 품질 인증표시로 인식되었고, 일반 대중에게 좋은 디자인에 대한 안목을 길러주는 계몽적 역할을 수행했다.

이 제도를 통해 기업의 고유모델 개발이 활성화되고, 국가적으로는 소위 ‘짹짹 천국’의 이미지를 불식시켜 한국의 디자인 경쟁력을 급속히 향상시키는 계기가 되었다. 같은 시기, 금성사(현 LG전자)와 삼성전자는 독자적인 굿디자인 공모전을 시작하였고(1983), 여러 기업들이 디자인 공모전과 전시회를 열기 시작했다.

1) 일본에서 1959년에 ‘수출품 디자인법(輸出品 デザイン法)’을 법률 106호로 제정했다가 1997년 폐지한 바 있다.

우수디자인(GD) 마크

1980년대 후반부터 국내 디자인계에 많은 변화가 일어났다. 1987년, ‘국제저작권협약(Universal Copyright Convention)’에 가입하면서 해외 디자인 표절에 대한 경각심을 일깨웠고, 1990년대 시작된 WTO(World Trade Organization) 체제와 시장 개방 등으로 국내에 해외 유명 상품들이 범람했다. 이 시기, 삼성·LG·현대 등 대기업은 국제 경쟁력 강화를 목적으로 ‘디자인경영’을 천명하고 고유 브랜드와 독자적인 디자인을 개발하기 시작했다. ‘애니콜(Anycall)’, ‘쏘나타(SONATA)’ 등과 같은 글로벌 히트상품이 속속 등장했고 디자인경영은 기업들 사이에 성공적으로 안착되었다. 1990년대로 접어들면서 거의 모든 기업에 디자인경영 열풍이 불어, 디자인연구소가 설치되고 디자인 전공자가 대거 임원급으로 발탁되는 등 한국디자인의 체질적인 변화와 급속한 발전이 이루어졌다.



201 세계산업디자인대회(ICSID) 포스터

디자인경영의 열풍 뒤에는 국제산업디자인대학원(IDAS: International Design school for Advanced Studies)의 영향도 있었다. 1996년 개설된 국제산업디자인대학원은 한국디자인진흥원 부설 전문대학원으로, 연 3학기제, 100% 영어강의, 주당 40시간의 수업 중 70% 실습 진행 등 기존의 대학과는 차별화된 실무중심 대학원이었다. 이 학교에 설치된 ‘뉴 밀레니엄 과정(최고경영자 과정)’에는 국내 재계 총수와 임원들이 대거 참여하여 기업 간 디자인 정보교류와 디자인경영 인식 확산에 큰 영향을 미쳤다.

국제화와 디자인경영 시대에 발맞추어, 한국디자인포장센터는 산업디자인포장개발원(1991), 한국산업디자인진흥원(1997), 한국디자인진흥원(2001)으로 개칭하며 조직과 사업 범위를 변화시켜 나갔다. 더욱이, 2000년대 들어서는 더는 정부 주도의 디자인 진흥이 무의미해질 만큼 기업의 디자인 경쟁력이 발전해 있었다. 한국디자인진흥원은 기업에 디자인을 직접 지원하는 대신, 해외시장조사, 조사연구, 정보화, 인력양성과 교육, 디자인 컨설팅사업 등 간접지원사업 형태로 전환되었다. 또 2000년 이후 세계그래픽디자인대회(ICO-GRADA, 2000), 세계산업디자인총회(ICSID, 2001) 개최, 산업디자인진흥대회, 디자인코리아 행사 등 굵직한 국내외 디자인 행사를 개최하며 국내를 넘어 세계와 교류하고 협력하는 디자인 정책기관으로 발돋움해 나갔다.



2019년 공공디자인가이드북(왼쪽) | ‘2018 디자인코리아’ 행사(오른쪽)

세계화와 지역화, 디자인코리아(2000년대)

과거 한국의 디자인 정책이 수출 증대를 위한 산업디자인 진흥에 집중되었다면, 1990년대 중반부터 시민들의 복지향상과 공공서비스 개선사업의 일환으로 디자인이 주목받기 시작했다. 특히 1995년 지방자치제가 도입되면서, 각 지자체는 지역의 발전을 위해 디자인을 적극적으로 활용하기 시작했다.

디자인은 투입되는 예산에 비하여 가시적인 성과가 빨리 드러나고 정책홍보에 유리한 특징이 있다. 거의 모든 지자체는 CI를 개발하고 공공디자인사업을 펼쳤으며, 디자인 전담부서를 설치하기에 이르렀다. 이와 별도로 WTO, FTA(Free Trade Agreement, 자유무역협정) 등 국제협약을 통해 농산물 시장이 개방되면서, 지역 경쟁력 강화를 위한 농·수·축산물의 브랜드화와 고급화에 힘썼다. 이런 사회적 변화에 발맞추어 한국디자인진흥원은 공공디자인정책개발과 집행, 디자인 트렌드 분석이나 백서 발간, 정부 업무와 국민 관련 서비스디자인 연구 등 새로운 정책과제를 발굴하기 시작했다.

2000년대 들어서는 정치권에 디자인 열풍이 불었고, 특히 환경디자인이 중요한 사회 쟁점으로 떠올랐다. 초기에는 주로 공공화장실 정비, 간판 정비 등에 한정되었으나, 점차 그 내용이 확대되어 개성 있는 축제와 행사, 전시관·박물관 건설 등을 통해 지역 경제와 관광사업 활성화를 유도했다. 지자체 차원에서 가장 활발하게 디자인 사업을 전개한 곳은 서울시로 'hi Seoul'과 같은 도시브랜드를 개발하고, 서울 브랜드 강화에 나섰다. 환경개선 사업의 일환으로 오래된 고가도로 철거를 철거하고 청계천 복원사업을 펼쳤으며, 가로시설물 정비, 버스 중앙 차로제, 서울숲 조성사업 등과 같은 공공디자인 개선사업을 펼쳐 뚜렷한 성과를 드러냈다.

이후 '디자인서울'을 도시 슬로건으로 내세우고, 디자인서울총괄본부 설치(2007), 서울디자인재단 출범(2008), 동대문디자인플라자 개관(2014) 등 조직과 기구를 확대했다. 초등학교 디자인교재 개발에서부터 '서울디자인올림픽'과 같은 초대형 행사에 이르기까지 활발한 사업을 전개했고 서울시의 선도적인 활동은 각 지방자치단체로 전파되어 한국 사회 전반에 디자인이 주요한 화두로 떠올랐다.

정부는 각 지자체와 협력하여 광주(2006), 부산(2007), 대구(2008) 지역에 지역디자인센터를 설립하여, 지역 사회의 디자인 발전을 위해 노력하였고, 한국디자인진흥원은 남북협력, 해외 교류와 개도국 지원 등의 업무를 추가하며 국가 디자인 정책 중심의 업무로 재편되었다.

현재 한국디자인진흥원의 업무 성격을 가장 잘 보여주는 행사로는 매해 11월 전후하여 개최되는 '디자인코리아'가 있다. 기존의 각종 전시회와 공모전, 페어 등을 한데 묶은 디자인 작품 전시에서부터, 세계디자인 정보교류, 취업과 창업, 계약 등이 한자리에서 이루어지는 디자인 행사를 매해 개최한다. 디자인 관련하여 국내 최대 행사로 자리매김한 '디자인코리아'는 세계 디자인흐름을 한눈에 파악할 기회를 마련하며, 디자인 각 분야의 노하우 공유와 사업지원 등이 이루어진다.

한국 디자인과 한국디자인진흥원

한국의 산업은 세계 유례없는 고속성장을 거듭하였다. 한국의 디자인도 마찬가지다. 디자인의 토대라 할 수 있는 전통공예가 거의 단절된 상황에서 일구어낸 디자인의 발전은 매우 값진 것이며, 이 과정에 한국디자인진흥원의 역할은 매우 컸다. 한국디자인진흥원의 활동이 모두 성공적이거나 반드시 긍정적인 것만은 아닐 수도 있다. 디자인의 문화적 측면에 대해서는 그간 비교적 소홀하였고, 정부의 간섭으로 성과 중심의 사업을 운영한 측면도 없지 않다.

하지만, 과거 정부가 모든 분야의 진흥을 직접 주도하던 산업독재라는 특수 상황 속에서, 짧은 기간에 산업 발전 속도에 필적할 만큼 빠른 디자인산업 발전을 이루어 낸 것도 분명한 사실이다. 비단 그것이 정부의 진흥정책만으로 이루어질 수는 없다. 민간과 시장의 자발적인 노력이 훨씬 더 많은 역할을 수행했을 것이다. 적어도 정부의 전폭적인 지원과 진흥 의지, 노력이 있었음은 인정해야 한다.

1970년대 대학정비가 이루어지던 시기에도 디자인 관련 학과는 계속 증대되었고, 1980년대 언론이 통폐합되고 잡지가 폐간되던 때도 디자인 잡지는 폐간된 잡지 중 유일하게 복간되었다. 같은 시기, 공예산업이나 일반 문화·예술과 비교해 본다면, 디자인은 오랜 세월 동안 홀로 특혜를 받으며 승승장구했다.

여기에 한국디자인진흥원은 국가 디자인진흥이라는 시대적 사명을 받아, 디자인 인프라 구축과 개선, 계몽의 역할을 50년간 묵묵히 수행해 왔다. 이제는 세계 속에 한국의 위상을 높이기 위하여 노력하고 있으며, 여전히 한국 디자인의 중심으로 자리 잡고 있다. 훗날 세계가 한국 디자인을 배우러 몰려오는 시기가 온다면, 한국디자인진흥원은 한국 디자인 역사에서 독일공작연맹(DWB)이나 영국 디자인 카운슬(COID)과 같은 평가를 받게 될 것이라 기대한다.²⁾

김종균 · 특허청 행정사무관, '한국의 디자인', '디자인전쟁' 저자

서울대학교 산업 디자인과를 졸업하고 동 대학원에서 디자인학 박사를 마쳤다. 현재 특허청에서 행정사무관으로 재직 중이다. 『한국의 디자인(안그래픽스 2013)』, 『디자인 전쟁(홍시커뮤니케이션 2014)』 등의 저서와 다수의 공저가 있다. 한국 디자인 역사 및 브랜드와 디자인 지식재산권과 관련된 논문을 다수 발표했으며, 여러 매체에 디자인과 관련된 글을 쓰고 있다.

2) 참고문헌 박암중, 『한국디자인 진흥 30년사』 (한국디자인진흥원, 2002)

김종균, 『한국의 디자인』 (안그래픽스, 2013)

김종균, 「한국디자인진흥체제 발전방향 모색」 (박사 논문, 서울대학교 대학원, 2008)

2020년 3월 제 41 호

디자인 이슈리포트

발행인 윤주현
발행처 한국디자인진흥원
기획 및 주관 디자인혁신실 윤성원, 임은지, 정슬지
발행일 2020년 03월

주소 13496 경기도 성남시 분당구 양현로 322 한국디자인진흥원
TEL 031 - 780 - 2022
FAX 031 - 780 - 2040
웹사이트 www.designdb.com

< 디자인 이슈리포트 **d.issue** >

본지에 실린 이미지는 비영리 목적으로 쓰여졌으며 출처는 이미지 하단 혹은 참고문헌에 명시하였습니다.

본지에 실린 콘텐츠는 한국디자인진흥원의 디자인 포털 사이트 (<http://www.designdb.com>)를 통해서도 제공되며, 관련하여 의견이 있으신 분은 위 연락처로 문의하여 주시기 바랍니다.

Copyright © KIDP All rights reserved

